



-COMMERCE

电子商务 的理论 与 实战

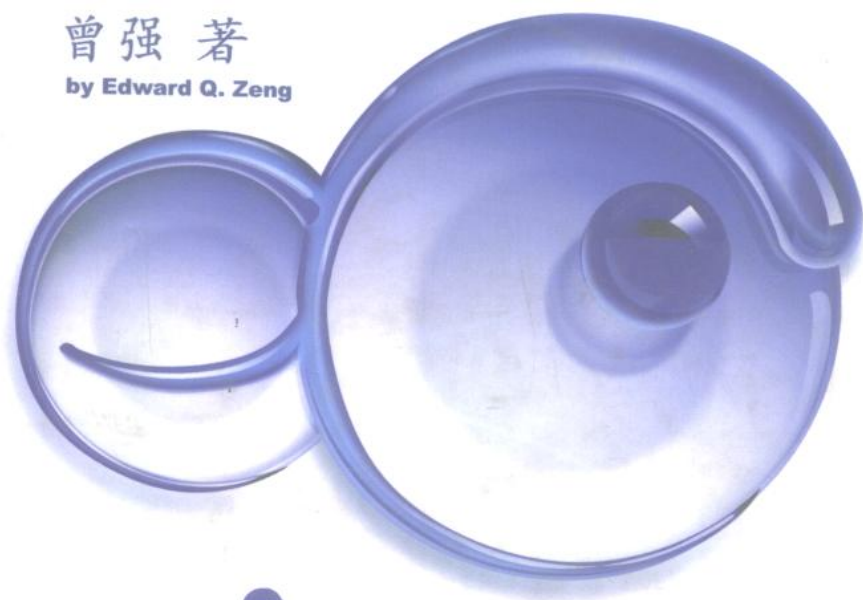
世纪版

全球“大局观”下的中国电子商务

**Globalization:
E-Commerce Theory and Practice
in China**

曾强 著

by Edward Q. Zeng



Electronic-Commerce

● 中国经济出版社

China Economic Publishing House

电子商务的理论与实战

——全球“大局观”下的中国电子商务

曾 强 著

Globalization:

E-Commerce Theory and Practice in China

by Edward Q. Zeng

中国经济出版社

China Economic Publishing House

图书在版编目(CIP)数据

电子商务的理论与实战:全球“大局观”下的中国电子商务/曾强著. -
北京:中国经济出版社. 2000. 1
ISBN 7-5017-0801-0

I. 电… II. 曾… III. 商务-计算机应用-概况-中国 IV. F716

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 70581 号

责任编辑:王振德(010 68319284)

封面设计:王东魁

插页制作:侯 明

电子商务的理论与实战

——全球“大局观”下的中国电子商务

曾 强 著

*

中国经济出版社出版发行

(北京市百万庄北街 3 号)

邮编:100037

各地新华书店经销

3209 工厂印刷

*

635×927 毫米 1/16 29 印张 插页 2 404 千字

2000 年 3 月第 1 版 2000 年 4 月第 2 次印刷

印数:10001~25000

ISBN 7-5017-0801-0/F·524

定价:49.50 元

作 者 简 介

曾强,男,1963 年生于北京,现任实华开公司总裁。国家计委等几大部委客座研究员。清华大学客座副教授。中国电子商务与互联网著名企业实华开公司的创始人。因其在中国和北美全球经济信息网络理论与东西方创业实践的突出成就,在 1998 年连续两次被《时代周刊》评为中国网络精英;同年还被“世界经济论坛”选为 '98 年度“百名未来世界领袖”;克林顿访华期间,就中国 Internet 发展与利用 Internet 促进中美中小企业交流问题先后两次会见曾强;1999 年,受美国时代华纳公司所属《财富》杂志举办的“财富全球论坛”邀请,与 40 多位当今世界 IT 业精英与政府首要共同探讨中国的未来 50 年的发展。

作者具有清华大学经济管理学院 MBA 学位。清华大学数学学士学位。加拿大多伦多大学经济硕士学位。美国现代西方经济学硕士学位(由福特基金赞助,由哈佛大学、斯坦福大学、密执安大学、MIT 大学等美国著名大学联办)。

1980~1989 年 10 年间,曾强在国内外一级学术报刊发表 50 多篇论文,出版图书 4 本;1988 年获中央国家机关优秀论文唯一特等奖。《电子商务理论与实战》一书成为国内首家进入高等学府的电子商务教材,并成为清华大学 MBA 指定教材。

Biography

Edward Q. Zeng, who was born in Beijing in 1963, is the founder and CEO of Sparkice.com, a leading China based Internet and e-Commerce company. Edward is also an IT advisor to the Chinese government and a visiting professor at the Business School of Tsinghua University.

Mr. Zeng has been recognized as one of China's pre-eminent "entrepreneurs" by TIME magazine in 1998. He was named as a Future Leader for Tomorrow by the World Economic Forum in 1998. President Clinton met Mr. Zeng two times to discuss the Sino-US enterprise communication by Internet during his visit in China. He was also invited by Time Warner Inc. to attend the 1999 Fortune Global Forum in Shanghai, where he discussed the future 50 years of China with the world's top business executives, and other high level Chinese leaders.

Education:

1980—1985 BA on Applied Mathematics at Tsinghua University, Top Prize Winner in 1985

1985—1986 MBA on IT Management at TsingHua University

1986—1987 MA on Advanced Western Economics sponsored by leading American institutions such as Harvard, Stanford, Michigan, MIT, and UCLA

1989—1990 MA on Finance at University of Toronto, scholarship winner

He has published some fifty articles in well-known newspapers and journals in the People's Republic of China and several books on Chinese economics and government policy. He won the only special prize in the governmental institution of excellent articles. **The E-Commerce Theory and Practice** is the earliest e-Commerce teaching material for university students and the appointed textbook for MBA students at TsingHua University.

内 容 简 介

本书是在给清华大学经管学院 MBA 硕士生讲授电子商务课讲稿的基础上加以补充完成的,内容基于大量国内外第一手素材,并站在全球化、信息化的高度,较系统地提出了结合中国国情的电子商务理论与实践。全书共 14 章,主要包括:全球大局观、整体互动化与结构信息化、电子商务革命的起源、发展走向、电子商务概况、Internet 技术、全球华人的网络化、EDI 技术、著名电子商务站点解析、电子商务对社会变革带来的影响、电子商务框架及政策与发展、来自中国公司的实践、龙脉计划、全球冲击下的中国电子商务展望、发展电子商务面临的问题及对策、国内外电子商务简介。

书中所提出的“龙脉计划”,受到党和国家领导人的高度重视,并予批示。“龙脉计划”中部分建议已被或将被采纳到电子商务的有关法规中。

本书内容丰富,观点新颖、独特,通俗易懂,理论紧密结合实际,本书适用于高等院校管理类研究生、本科生作为教材以及各类企业的领导、工作人员及对电子商务感兴趣的广大读者阅读。

Brief Introduction

The e-Commerce Theory and Practice is based on domestic and international first-hand information and experience. Standing at the crucial turning point of globalization and information age enables this book to raise and answer the question of juxtaposing China's emergent e-Commerce with our daily lives. It is the recommended teaching material to be used by the MBA students at TsingHua University. There are 14 chapters, including:

1. Globality and Information Evolution
2. The Origin of the E-Commerce and Its Evolution and Trend
3. The Essential of E-Commerce
4. Internet Technology
5. Chinese Networks in the World
6. EDI Technology
7. Website Analysis
8. Impact Analysis of E-Commerce on Today's World
9. Analysis on E-Commerce Framework and Policy
10. Case Study 1: Sparkice E-Commerce Practice
11. Case Study 2: DragonPulse Program
12. The Future of E-Commerce in China
13. E-Commerce Problems and Their Solutions in China
14. E-Commerce Re-Examination.

This book covers a wide range of contents in the E-Commerce with extensive analysis and unique viewpoints. The book makes it easy to understand the combination of the theory and practice. It is a good textbook for MBA and advanced Bachelor students as well as good reading material for those who are interested in E-Commerce.

序言：构筑中华民族网络文明的新长城

岁月匆匆，人类社会告别的不仅仅是 20 世纪，同时也是第二个公元千年的终结！如果说第一个公元千年的历史是以土地为本位的农业文明的历史，第二个公元千年是以货币为本位的工业革命历史，那么即将开始的第三个公元千年将是一个以信息为本位的网络文明的历史！人类社会自身所创造的网络体系正在彻底重塑着人类社会未来的生活空间，社会的信息化正在根本性地改变着信息化的社会！

当今世界格局的两大主题正在从传统意义上的东西政治冷战与南北贫困冲突转向全球整体互动化与结构信息化。信息化的跨国界迅速传播与互动化的全球性相互影响已使长期以来形成的地缘政治、地缘经济、地缘军事、地缘文化正被网络政治、网络经济、网络军事、网络文化所部分取代。世界的舞台从选择一个国家向选择一个网络方向迈进，一场跨世纪、跨国界、跨行业的新圈地运动正在展开，其规模、其深度、其速度都将比 WTO 更深地影响中国未来。

电子商务革命是以信息技术的多媒体数字化统一与全球网络化统一为诱因（交流平台革命），以电子商务的跨时空交易与爆炸性发展为表象（变换方式革命），以重新瓜分全球战略资源为实质（资源分配革命）的一场世界性跨世纪浪潮。

20 世纪末，全世界华人的实力已经举世关注。华人做为世界第一大人口民族，随着中国的崛起和海外华人力量的不断发展壮大，必将成为 21 世纪最具影响的经济、文化和政治势群，影响整个世界。过去，由于受地域和交流手段上的限制，全球华人主要依靠民族文化和思想上的同根性连结在一起；现在，国际互联网的出现打破了信息交流的地域限制，使得全球华人随时随地进行交流成为可能。充分利用国际互联网

络的功能,充分开展全球华人与不同民族间的联合与交流,将使得 21 世纪的全球华人社区充满生机。

但是,中国经济的改革开放也从未象这一阶段这样关键,国有经济面临相当紧迫的局面,民族企业肩负国际化重任和挑战,资产结构需要交流和调整,中国的企业需要自身企业形象和产品走向世界,也需要吸收和引进大量的国外资金和技术投入。此时此刻,信息、物质和资金的交流显得尤为重要,而信息交流则首当其冲将中国的改革开放在全球大局观上把握、利用。国际互联网络的发展无疑为中国经济和中国企业提供了绝好的契机,国际互联网络以极低成本便可实现世界范围的自由信息交流。

中国的民族企业将有机会化被动为主动,紧跟全球信息化的步伐,在下个千年的角逐中抢占有利的位置,通过网络资源带动互相之间不断的整合与发展。今天,由中国企业携同政府、银行、技术、媒体等共同结成的网上电子商务大联盟将以联盟起来的统一整体通过在国际上加强自身在家电、纺织、礼品、玩具、机械等行业的优势地位,与大举涌入、步步进逼的海外商品的强大攻势相抗衡,立足中国、放眼世界,以达到“为个人就业创业,为企业改革盘活,为国家出口创汇,为民族产业升级”的宏伟主旨,从而构筑起中华民族在网络文明中雄奇伟岸的万里长城,在人类网络文明的发展史中写下浓墨重彩的一笔。

再过一个千年,我们的后代也许会从尘封的历史卷轴中翻出这份宣言的零碎记录,只要能让他们体会到我们今天这种由强烈的忧患意识与壮志豪情交织在一起的复杂情感,我们的所作所为就已无怨无悔。

此时此刻,作为千年公元之交的见证者,回首过去,每个人的心中不禁涌起无限感慨;展望未来,我们更有信心去实现中华民族几千年来古老梦想。将中国的产品与智力,以电子商务的方式国际市场化,将国际的资金与技术以电子商务的方式国内市场化,这就是我们的宣言。

一场由信息技术的革命为诱因,以跨国界全球电子商务为表象,以重新瓜分全球资源为实质的“全球圈地战”,正在展开,一场千年未遇的

变革正在开始,人类社会正在步入一个全新的网络文明时代。再过不久,当成万上亿的地球村村民聚集在世纪之交、千年伊始的人类狂欢夜时,在千年面纱的后面,一批未来时代的耀眼明星——全球电子商务上的网络英雄将会冉冉升起。这其中又有多少蕴含着东方的神韵?

目 录

序言	(5)
第一章 全球大局观:总体互动化与结构信息化	(1)
1.1 全球大局观中中国社会三大悬剑化解战略	(1)
1.2 全球“大观局”中的中国金融稳定战略	(8)
思考题	(27)
第二章 电子商务革命的起源、发展、走向	(28)
2.1 网络文明时代的到来	(28)
2.2 国策的倾斜——发达国家政府在电子商务的产业结构 导向比较	(30)
2.3 信息技术革命的历史回顾与爆炸性发展	(49)
2.4 我国电子商务的现状与发展	(55)
思考题	(60)
第三章 电子商务基本概况	(61)
3.1 电子商务概述	(61)
3.2 电子商务的交易过程	(68)
3.3 电子商务的主要功能	(69)
3.4 电子商务的分类	(71)
3.5 电子商务的应用领域	(73)
3.6 电子商务系统的特点	(75)
3.7 电子商务涉及的法律、法规、政策及标准	(77)
3.8 电子商务安全技术体系	(82)
思考题	(96)
第四章 Internet 技术	(97)

4.1 Internet 概述	(97)
4.2 Internet 的连接方法	(109)
4.3 Internet 的管理	(111)
4.4 中国 Internet 的发展状况	(113)
4.5 WWW 简介	(140)
4.6 Intranet(内联网).....	(146)
4.7 Extranet(外联网)	(150)
思考题.....	(151)
第五章 全球华人的网络化	(153)
5.1 美国与全球华人网络	(153)
5.2 未来世界网络盟主——全球华人网络	(167)
思考题.....	(174)
第六章 EDI 技术	(175)
6.1 EDI 概述	(175)
6.2 EDI 作业方式	(194)
6.3 EDI 标准	(196)
6.4 ANSIX.12 简介	(204)
6.5 EDI 实施	(206)
6.6 EDI 服务中心	(214)
6.7 EDI 的法律问题	(219)
6.8 EDI 技术在我国外贸中的应用	(222)
思考题.....	(238)
第七章 著名电子商务网站解析	(240)
7.1 实华开 Sparkice 网站解析	(240)
7.2 8848 珠穆朗玛网站解析	(244)
7.3 亚马逊(AMAZON)网站分析	(249)
7.4 YAHOO 网站解析	(254)
7.5 IBM 网站解析	(259)

7.6	eBay 网站分析	(262)
7.7	Excite @Home 网站解析	(266)
	思考题	(270)
第八章	电子商务对社会变革带来的影响	(271)
8.1	电子商务对企业的影响	(271)
8.2	电子商务对国际贸易的影响	(274)
8.3	电子商务对国民经济信息化的影响	(276)
8.4	电子商务在企业业务经营方面的功效	(278)
8.5	电子商务与企业管理变革	(282)
	思考题	(284)
第九章	电子商务框架及政策与发展	(285)
9.1	我国电子商务框架	(285)
9.2	美国电子商务框架	(293)
9.3	欧洲电子商务:政策与发展	(296)
9.4	新加坡电子商务:政策与发展	(301)
	思考题	(303)
第十章	来自中国公司的实践	(304)
10.1	实华开(SPARKICE)公司电子商务模式	(304)
10.2	EC1.0 一条龙解决方案	(310)
10.3	网上商店投资回报模型和范例	(316)
10.4	网上购物范例研究	(327)
10.5	成为实华开的客户、合作伙伴、代理商	(335)
10.6	电子商务常见问题解答 FAQ	(339)
	思考题	(348)
第十一章	龙脉计划	(350)
11.1	龙脉计划构思	(350)
11.2	龙脉商网	(353)
11.3	China Mall 对外贸易的电子商务平台	(355)

11.4	国家领导人对我国电子商务的关怀·····	(356)
11.5	新闻媒体对建立全球网及龙脉计划的报道·····	(360)
	思考题·····	(362)
第十二章	全球冲击下的中国电子商务展望·····	(363)
12.1	WTO 对中国电子商务的十大影响·····	(363)
12.2	中国加入 WTO 对中国经济的影响·····	(365)
12.3	全球冲击下的中国电子商务·····	(378)
12.4	发展中国电子商务的战略和建议·····	(382)
	思考题·····	(391)
第十三章	发展电子商务面临的问题及对策·····	(392)
13.1	安全问题·····	(392)
13.2	电子支付·····	(395)
13.3	关税和税法·····	(396)
13.4	知识产权、商标权、域名问题·····	(397)
13.5	保密和隐私权·····	(400)
13.6	标准问题·····	(401)
13.7	中国开展电子商务面临的问题·····	(402)
13.8	电子商务的对策·····	(405)
13.9	电子商务安全的先锋——国富安安全认证系统·····	(407)
	思考题·····	(411)
第十四章	国内外电子商务简介·····	(412)
14.1	中国国际电子商务中心简介·····	(412)
14.2	Cisco 公司电子商务简介·····	(418)
14.3	花旗银行对电子商务的看法·····	(423)
14.4	国际数据公司对亚太地区电子商务软件应用 市场的分析·····	(430)
14.5	ORACLE、惠普、SUN、Intel、IBM 等公司对电子 商务的分析·····	(435)

思考题.....	(441)
参考文献.....	(442)
后记.....	(444)

Table of Content

Preview	(5)
1. Globality and Information Evolution	(1)
1.1 New Thinking - China's Three Pending Sword	(1)
1.2 New Policy - Application on China's Financial Sector	(8)
Questions	(27)
2. The Origin of the E-Commerce and Its Evolution and Trend	(28)
2.1 The Beginning of the Internet Revolution	(28)
2.2 National E-Commerce Policy Comparison in the Western World	(30)
2.3 Historical Review of the Information Technology and Its Explosion	(49)
2.4 E-Commerce in China	(55)
Questions	(60)
3. The Essential of E-Commerce	(61)
3.1 Introduction of the E-Commerce	(61)
3.2 E-Commerce Transactions	(68)
3.3 Principal Functions of the E-Commerce	(69)
3.4 E-Commerce Categories	(71)
3.5 Applications of the E-Commerce	(73)
3.6 E-Commerce Characteristics	(75)
3.7 Laws, Regulations, Policies, and Standards in	

E-Commerce	(77)
3. 8 Security Technology and Its Attributes	(82)
Questions	(96)
4. Internet Technology	(97)
4. 1 Introduction	(97)
4. 2 Internet Access	(109)
4. 3 Internet Management	(111)
4. 4 Internet in China	(113)
4. 5 The WWW	(140)
4. 6 Intranet	(146)
4. 7 Extranet	(150)
Questions	(151)
5. Chinese Networks in the World	(153)
5. 1 Chinese Networks in the U. S. and over the World	(153)
5. 2 Future Leadership of the Global Chinese Network	(167)
Questions	(174)
6. EDI Technology	(175)
6. 1 Introduction	(175)
6. 2 EDI Operations	(194)
6. 3 EDI Standards	(196)
6. 4 ANSI X. 12	(204)
6. 5 EDI Implementation	(206)
6. 6 EDI Services	(214)
6. 7 Legal Issues in EDI	(219)
6. 8 EDI Application in China's Foreign Trade	(222)
Questions	(238)